Egualia

INDUSTRIE
FARMACI
ACCESSIBILI

Il mercato italiano dei farmaci generici - equivalenti

Dati gennaio - dicembre 2022

Aderente a
Medicines for Europe

egualia.it

Egualia

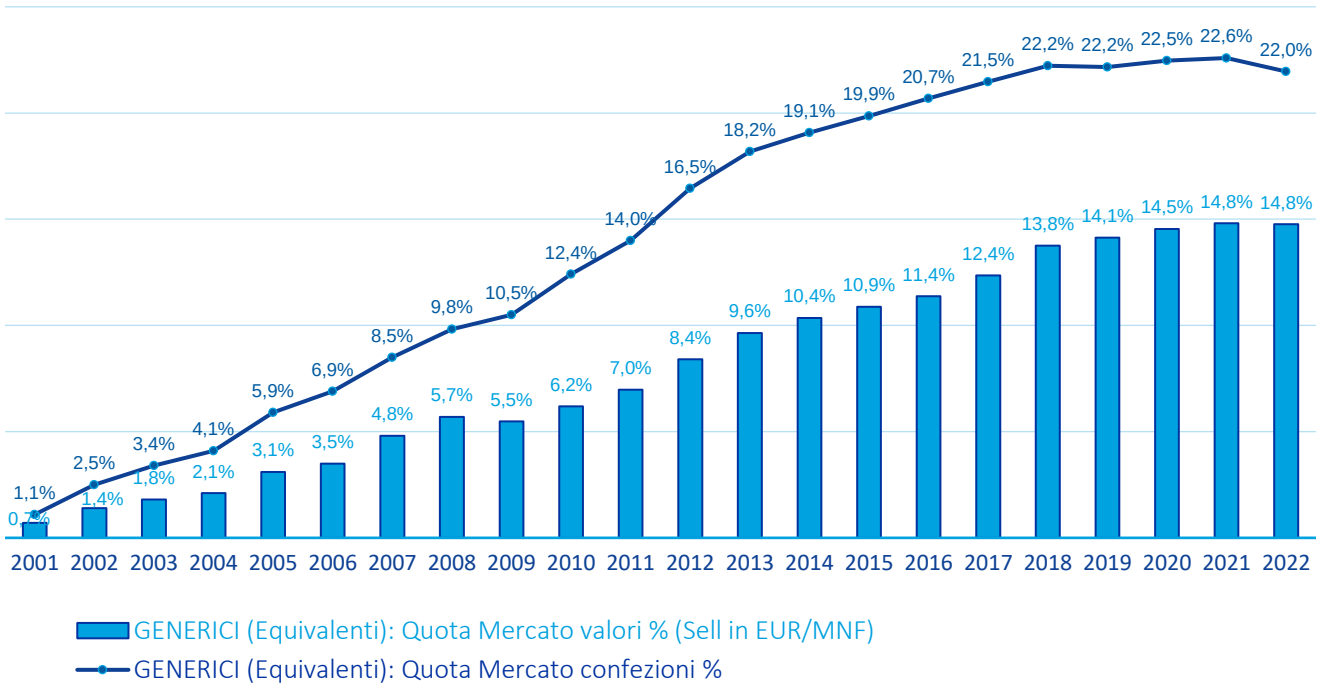
Il consumo di generici-equivalenti nel canale farmacia

Il mercato complessivo fa registrare 1,8 miliardi di confezioni in crescita rispetto alle 1,7 registrate nel 2021. L’89% delle confezioni vendute è in Classe A, dove si concentra l’82% del giro d'affari del comparto.

I consumi di farmaci generici - equivalenti nel canale farmacia

Nel 2022, nel canale delle **farmacie aperte al pubblico**, i generici-equivalenti hanno assorbito il **22%** del totale del mercato **a confezioni** - con una crescita in valore assoluto del numero delle confezioni (1,8mld vs 1,7 del 2021), ma una flessione in termini di incidenza percentuale (-0,6%) causato dalla crescita maggiore del segmento branded, - e il **14,81%** del mercato **a valori** . L'89% delle confezioni vendute è classificato in classe A, totalmente rimborsabile dal SSN.

Le vendite di generici-equivalenti nelle farmacie aperte al pubblico sul totale del mercato farmaceutico - Anni 2001-2022



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

Ai generici - equivalenti il 20% del mercato in farmacia

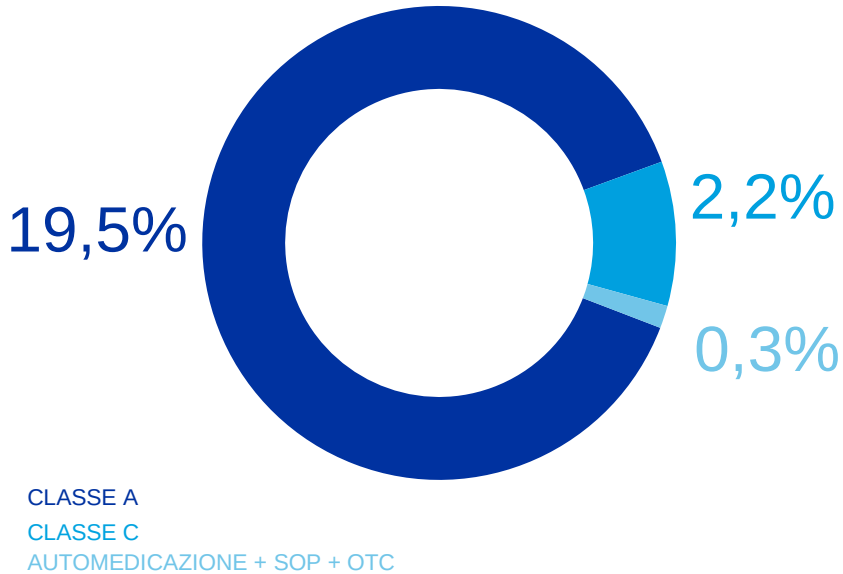
Su un totale di 1,8 miliardi di confezioni di farmaci venduti **in farmacia** i generici-equivalenti rappresentano il **19,5% delle vendite in classe A**, il 2,2% in classe C e appena lo 0,3% nell'area dell'automedicazione.

A valori, invece, rispetto ad un giro d'affari complessivo in farmacia di 10,7 miliardi di euro, i generici-equivalenti incidono per il **12,1% della spesa in classe A**, per il 2,4% in classe C e appena per lo 0,1% nell'area dell'automedicazione.

L'incidenza dei generici-equivalenti a volumi sul totale del mercato in farmacia

Confezioni Generici / Totale Mercato Farmacia (Sell In Unità - YTD 12/2022)

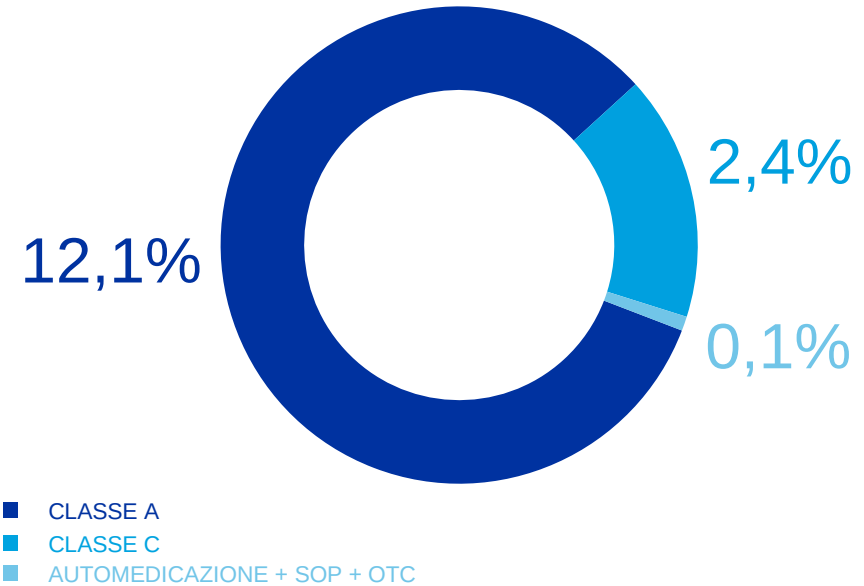
Dimensione del mercato: 1,8 Miliardi di confezioni



L'incidenza dei generici-equivalenti a valori sul totale del mercato in farmacia

Spesa Generici / Totale Spesa Mercato Farmacia (Sell In EUR-MNF - YTD 12/2022)

Dimensione del mercato: 10,7 miliardi di €



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

Il 90% delle vendite rimborsato dal SSN

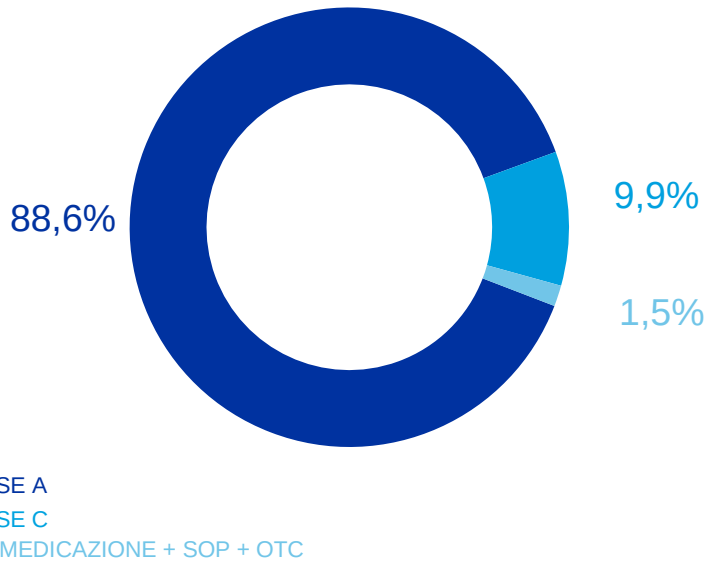
Nel dettaglio, **l'88,6%** dei circa 406,8 milioni di confezioni di generici-equivalenti vendute nel canale farmacia nel 2022 sono classificate in **classe A**, totalmente rimborsata dal SSN. Il 9,9% è in classe C e solo l'1,5% ricade nell'area dell'automedicazione e non necessita di ricetta medica.

A valori il mercato dei generici-equivalenti quota **1,6 miliardi di euro**: l'81,8% del giro d'affari del comparto si concentra in classe A (16,5% in classe C, 1,7% nell'area dell'automedicazione).

La segmentazione del mercato dei generici-equivalenti a volumi nel canale farmacia

Confezioni / Totale Mercato Generici
(Sell In Unità - YTD 12/2022)

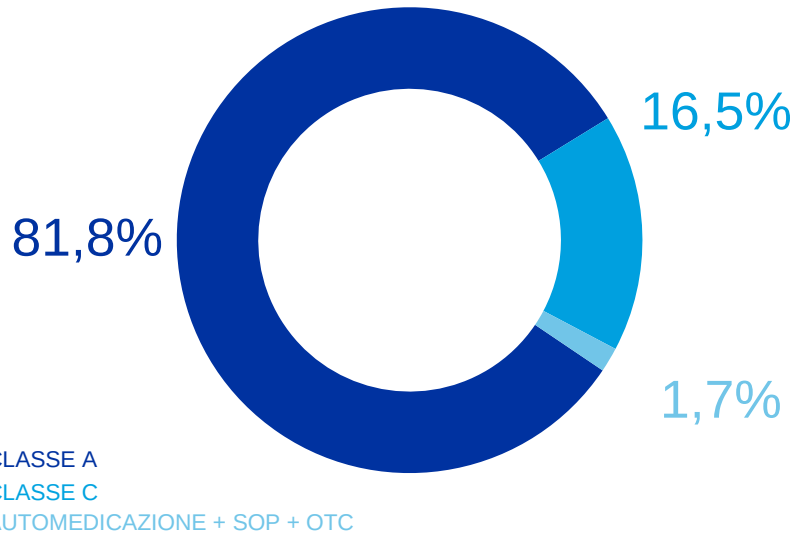
Dimensione del mercato: 406,8 Milioni di confezioni



La segmentazione del mercato dei generici-equivalenti a valori nel canale farmacia

Spesa Generici / Totale Spesa Generici
(Sell In EUR-MNF - YTD 12/2022)

Dimensione del mercato: 1,6 miliardi di €

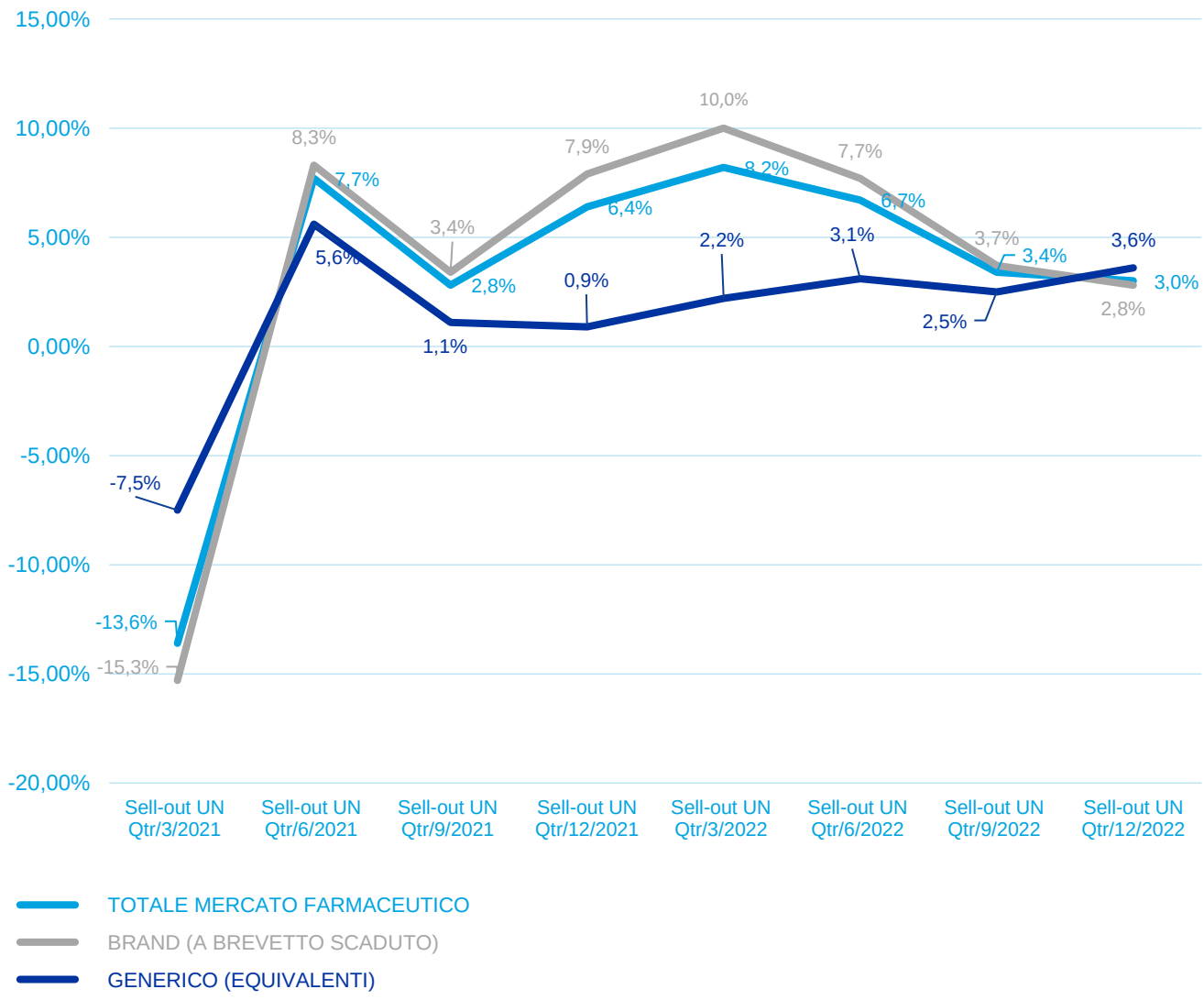


Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

I trend di crescita nel canale farmacia

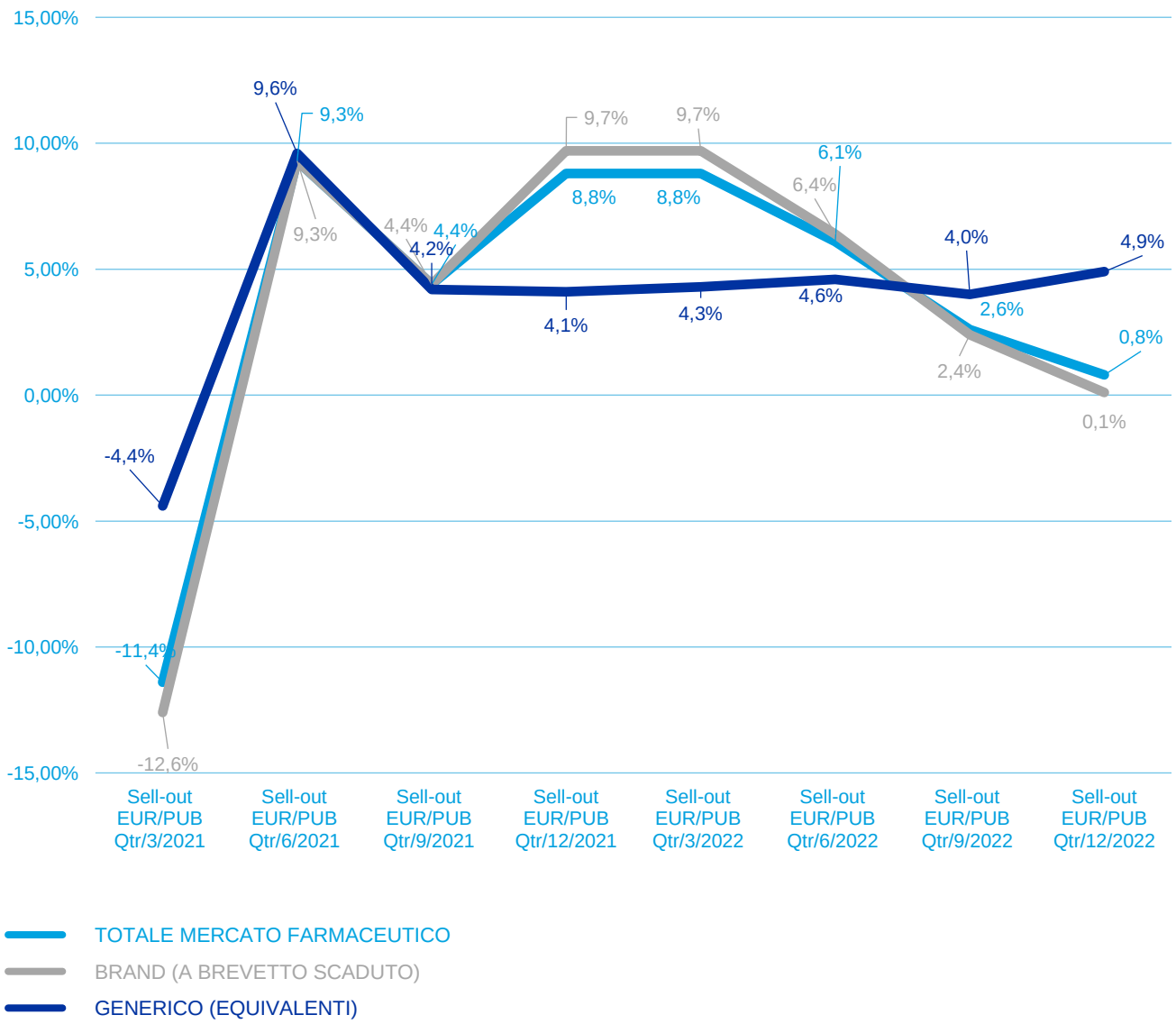
I trend di crescita a unità nel canale farmacia - Confronto 2022/2021



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

I trend di crescita a valori nel canale farmacia – Confronto 2022/2021



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

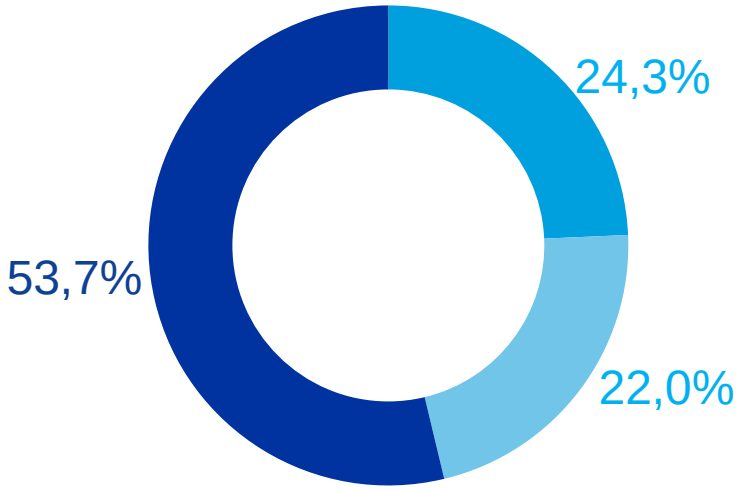
Ai generici-equivalenti il 22% del mercato a volumi e il 14,8% del mercato a valori

I generici-equivalenti quotano il **22% del totale del mercato farmaceutico**, mentre i brand a brevetto scaduto, quotano il 53,7%. I farmaci esclusivi (protetti o senza generico corrispondente) assorbono invece l'altro 24,3% del mercato complessivo.

Per quanto riguarda invece il segmento complessivo dei farmaci fuori brevetto i generici-equivalenti ne assorbono il 29% contro il 71% detenuto dai brand a brevetto scaduto.

L'incidenza dei generici-equivalenti sul totale del mercato farmaceutico a volumi

Confezioni / Totale Mercato
(Sell In Unità - YTD 12/2022 - senza distinzione di classi)



- FARMACI ESCLUSIVI (protetti o senza generico corrispondente)
- GENERICI (Equivalenti)
- BRAND (a brevetto scaduto)

La segmentazione del mercato fuori brevetto a volumi

Confezioni / Totale Mercato fuori brevetto
(Sell In Unità - YTD 12/2022 - senza distinzione di classi)

- GENERICI (Equivalenti)
- BRAND (a brevetto scaduto)

Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

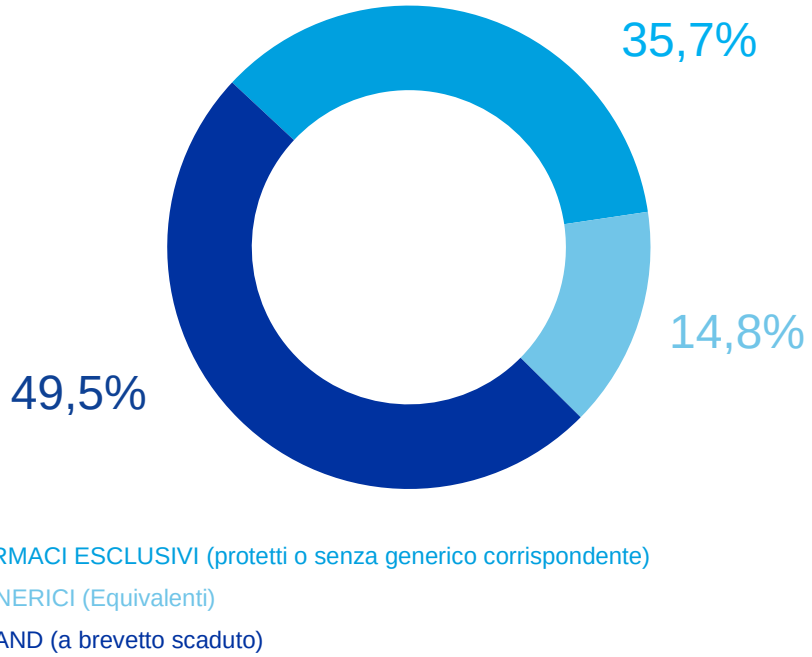
© 2023 Egualia

A valori, invece, i generici-equivalenti quotano solo il **14,8% totale del mercato farmaceutico**, contro il 49,5% assorbito dai brand a brevetto scaduto. I farmaci esclusivi (protetti o senza generico corrispondente) assorbono l'altro 35,7 del mercato complessivo.

Per quanto riguarda invece il solo segmento dei farmaci fuori brevetto a valori i generici-equivalenti rappresentano il 23% contro il 77% detenuto dai brand a brevetto scaduto.

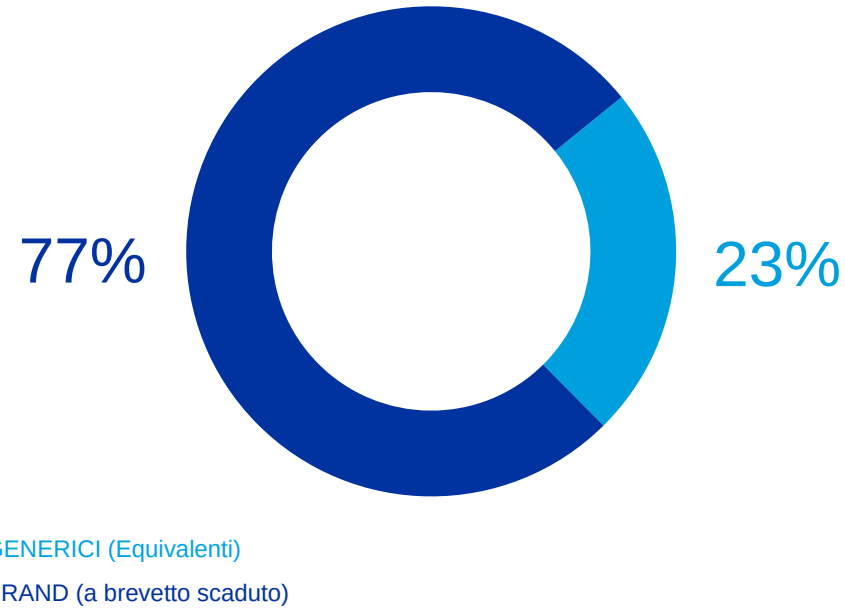
L'incidenza dei generici-equivalenti sul totale del mercato farmaceutico a valori

Valori/ Totale Mercato
(Sell in EUR -MNF YTD 12/2022 - senza distinzione di classi)



La segmentazione del mercato fuori brevetto a valori

Valori / Totale Mercato
(Sell in EUR – MNF YTD 12/2022 - senza distinzione di classi)



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

Egualia

Panoramica sulla Classe A

La spesa farmaceutica in farmacia rimborsata dal SSN

In crescita il numero delle confezioni ritirate in farmacia nel 2022.
Perdono terreno prodotti esclusivi.
Lenta avanzata
dei generici-equivalenti che rappresentano il 31,1% delle confezioni in Classe A.

L'avanzata dei generici - equivalenti

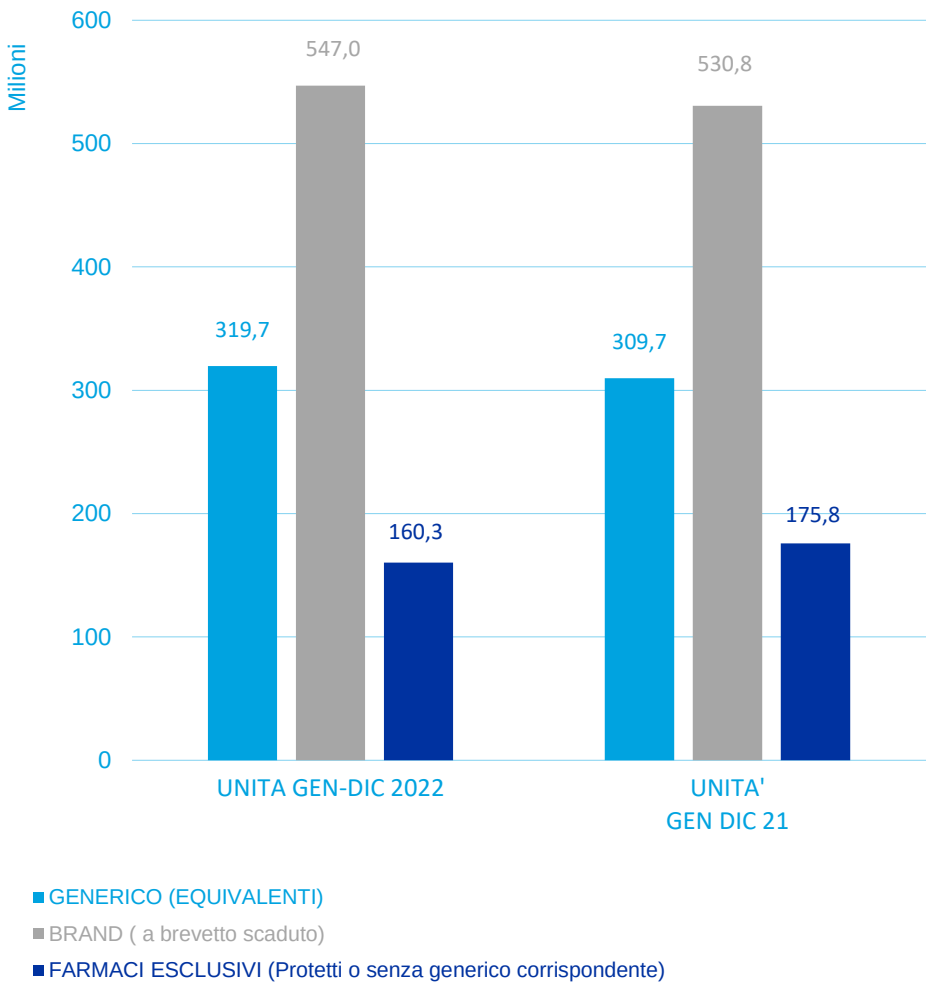
Le **confezioni rimborsate** nel **2022** fanno registrare una **crescita** del **1,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

In particolare si registra una flessione **delle confezioni** relative ai **prodotti esclusivi** (protetti o senza generico corrispondente) **del -8,8%** rispetto allo **stesso periodo del 2021**.

In crescita invece il segmento relativo ai **farmaci a brevetto scaduto** in particolare quello dei **generici-equivalenti** fa registrare una crescita del **3,2%** rispetto allo stesso periodo **del 2021**.

I generici-equivalenti rappresentano il 31,1% delle confezioni di Classe A.

La composizione delle confezioni di farmaci rimborsati dal SSN
Confronto 2022/2021



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

Andamento altalenante per i rimborsi SSN

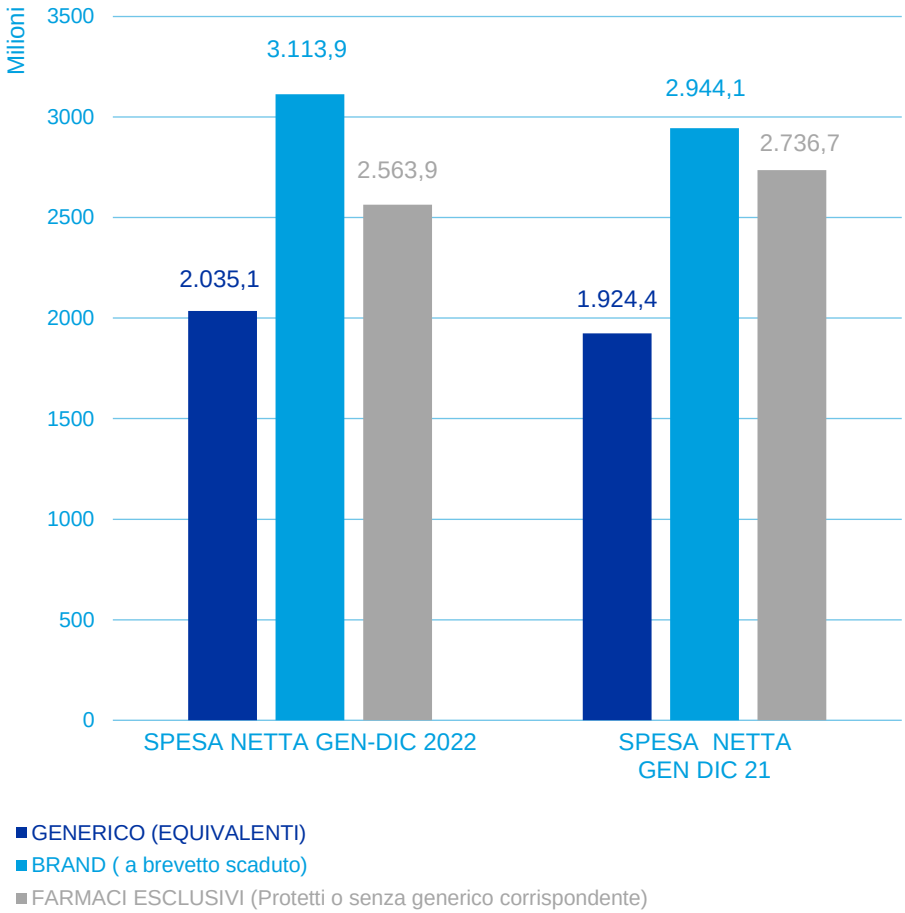
La **spesa rimborsata** nel periodo **gennaio-dicembre 2022** fa registrare una **crescita** del 1,4**%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

In particolare si registra una flessione della spesa relativa ai **prodotti esclusivi del -6,3%** rispetto allo stesso **periodo del 2021**.

In crescita invece il segmento relativo **ai farmaci a brevetto scaduto** in particolare quello dei **generici-equivalenti** che fa registrare una **crescita del 5,8%** rispetto allo stesso periodo del **2021**.

I generici-equivalenti rappresentano il 26,4% della spesa di Classe A.

La composizione della spesa netta per i farmaci rimborsati dal SSN
Confronto 2022/2021



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

Le DDD totali a carico del SSN crescono del 3,1%

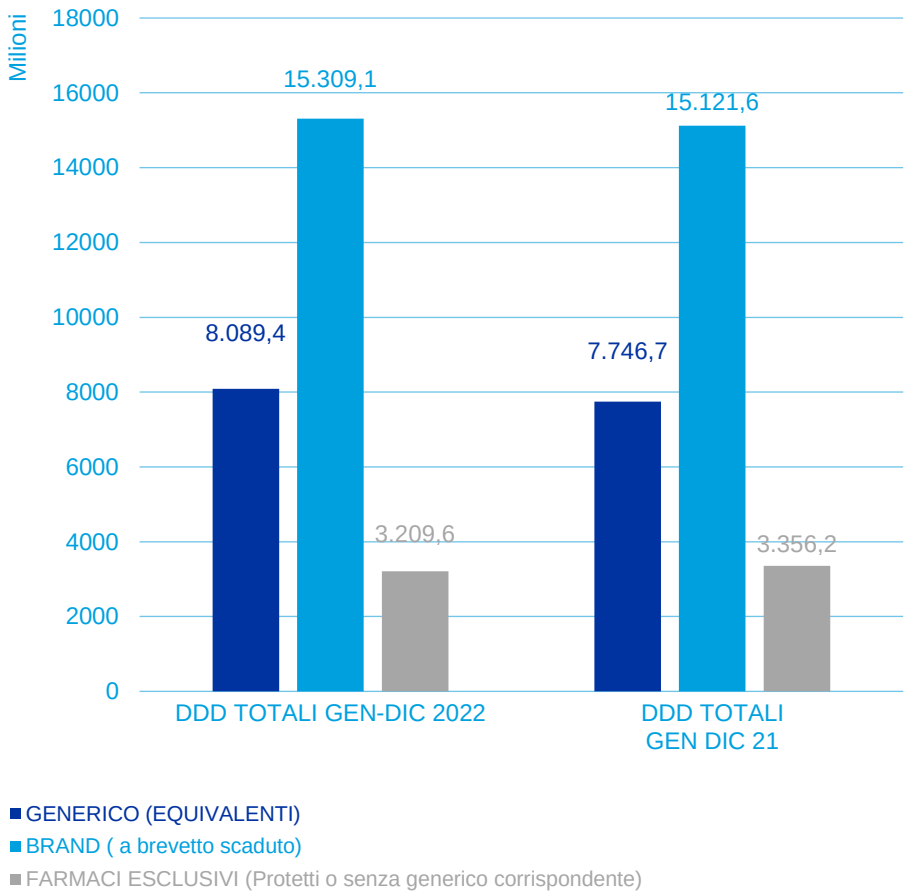
Le DDD totali nel periodo **gennaio-dicembre 2021** fanno registrare una **crescita** del **1,5%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

In particolare si registra una flessione dello -4,4% delle DDD relativa ai **prodotti esclusivi nel periodo gennaio - dicembre 2022** rispetto allo stesso periodo del **2021.**

In crescita invece il segmento relativo ai farmaci a **brevetto scaduto** in particolare quello dei **generici-equivalenti** che fa registrare una **crescita del 4,4%** rispetto allo stesso periodo del **2021.**

I generici-equivalenti rappresentano il 30,4% delle DDD di Classe A.

La composizione in DDD dei farmaci rimborsati dal SSN
Confronto 2022/2021



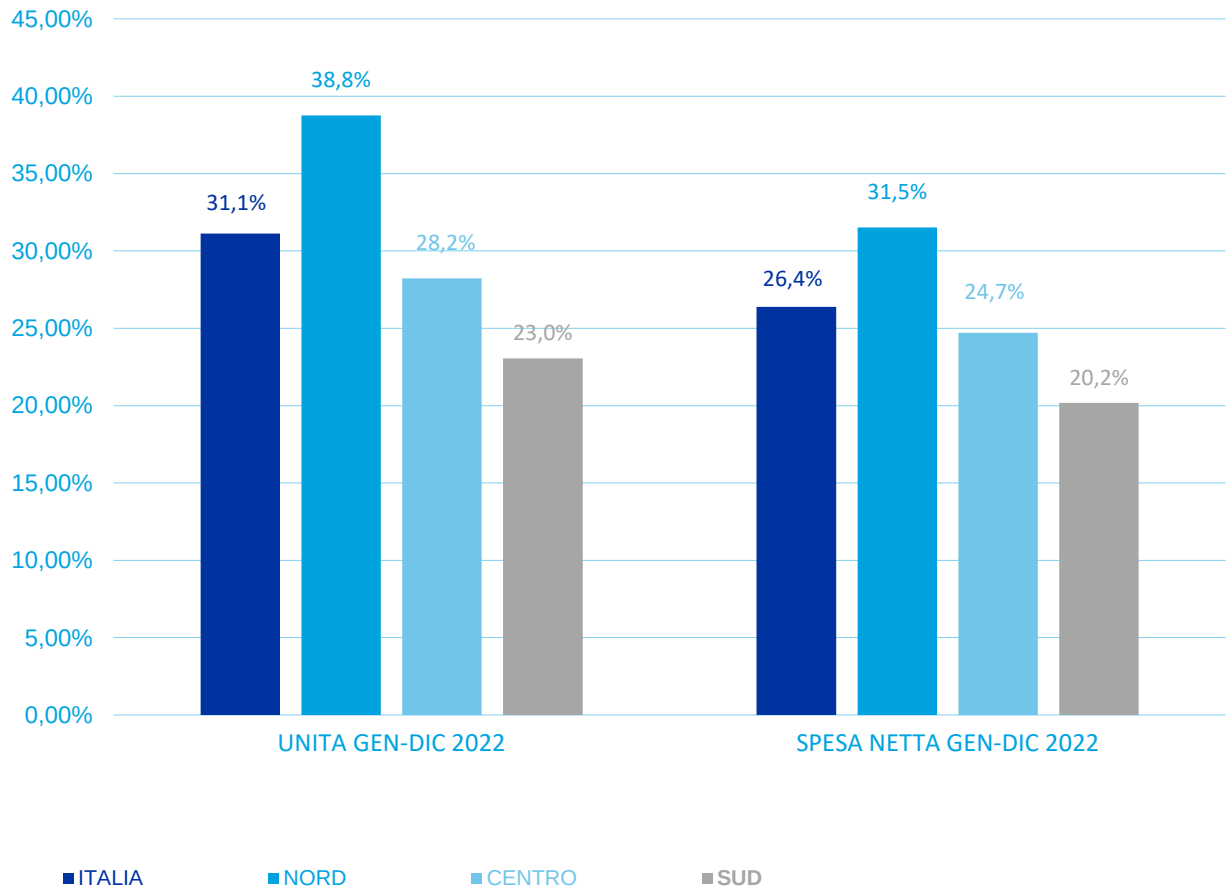
Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

I consumi di generici-equivalenti per aree geografiche

Il ricorso alle cure equivalenti continua ad essere **privilegiato al Nord** (**38,8% a unità** e 31,5% a valori), rispetto al Centro (28,2% a unità e 24,5% a valori) e al Sud (23% a unità e 20,2% a valori), a fronte di una **media Italia** del **31,1%** a confezioni e del 26,4% a valori.

Il consumo di generici-equivalenti per aree geografiche - Quantità e valori



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

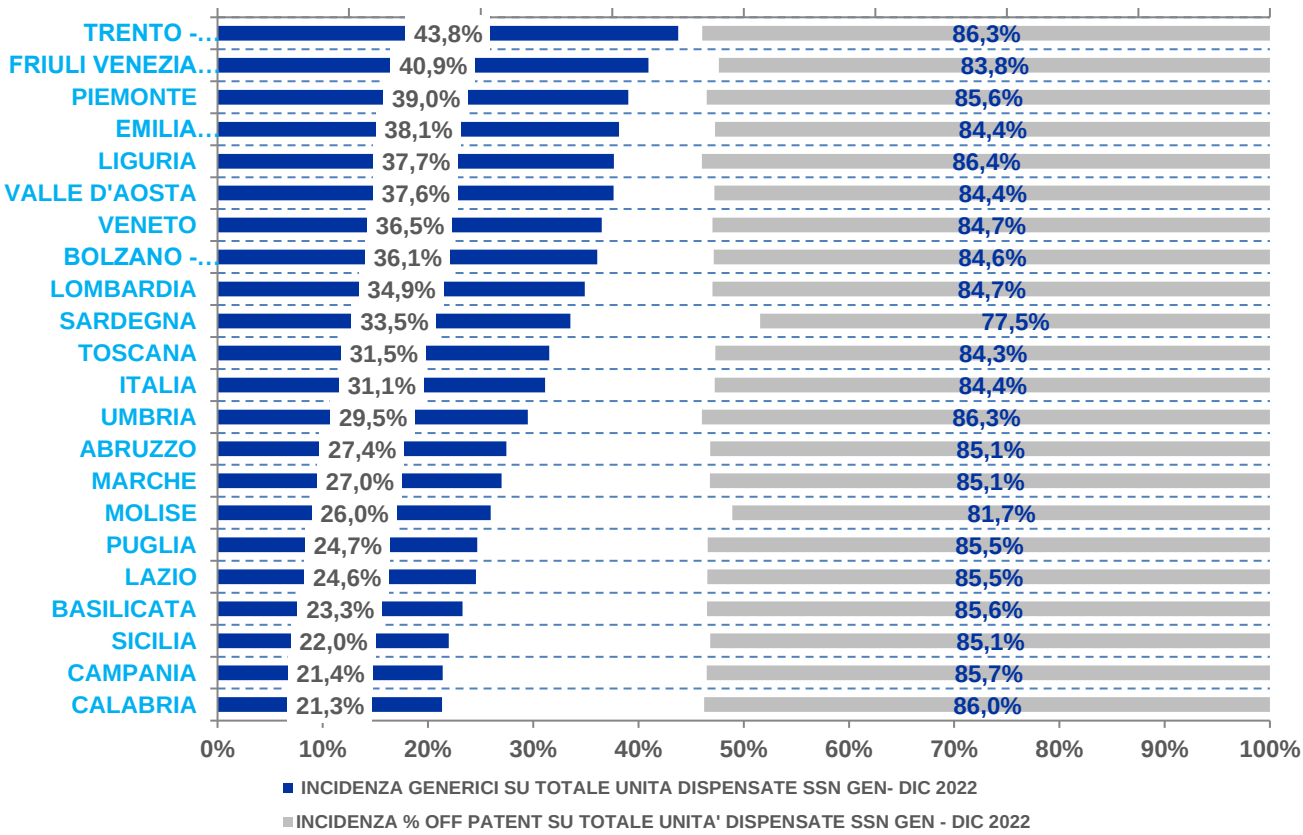
Il peso a volumi di generici e off patent rimborsati dal SSN nei mercati regionali

Da Nord a Sud Italia, oltre l'80% dei medicinali rimborsati dal SSN (classe A) afferiscono all'area dei farmaci off patent, ricomprendendo sotto questa voce sia i generici-equivalenti che i brand fuori brevetto.

Profondamente diversificato invece, da Regione a Regione, il peso dei **generici-equivalenti** sul rimborsato farmaceutico pubblico. **L'incidenza maggiore** nella **P.A. di Trento** (43,8%), in **Piemonte** (39%), in **Friuli Venezia Giulia** (40,9%).

In coda per consumi di generici-equivalenti Sicilia (22%), Campania (21,4%), Calabria (21,3%).

Incidenza percentuale di generici e off patent* sul totale delle unità rimborsate dal SSN
Dati a volumi - gennaio-dicembre 2022



*off patent = generici+brand fuori brevetto

Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

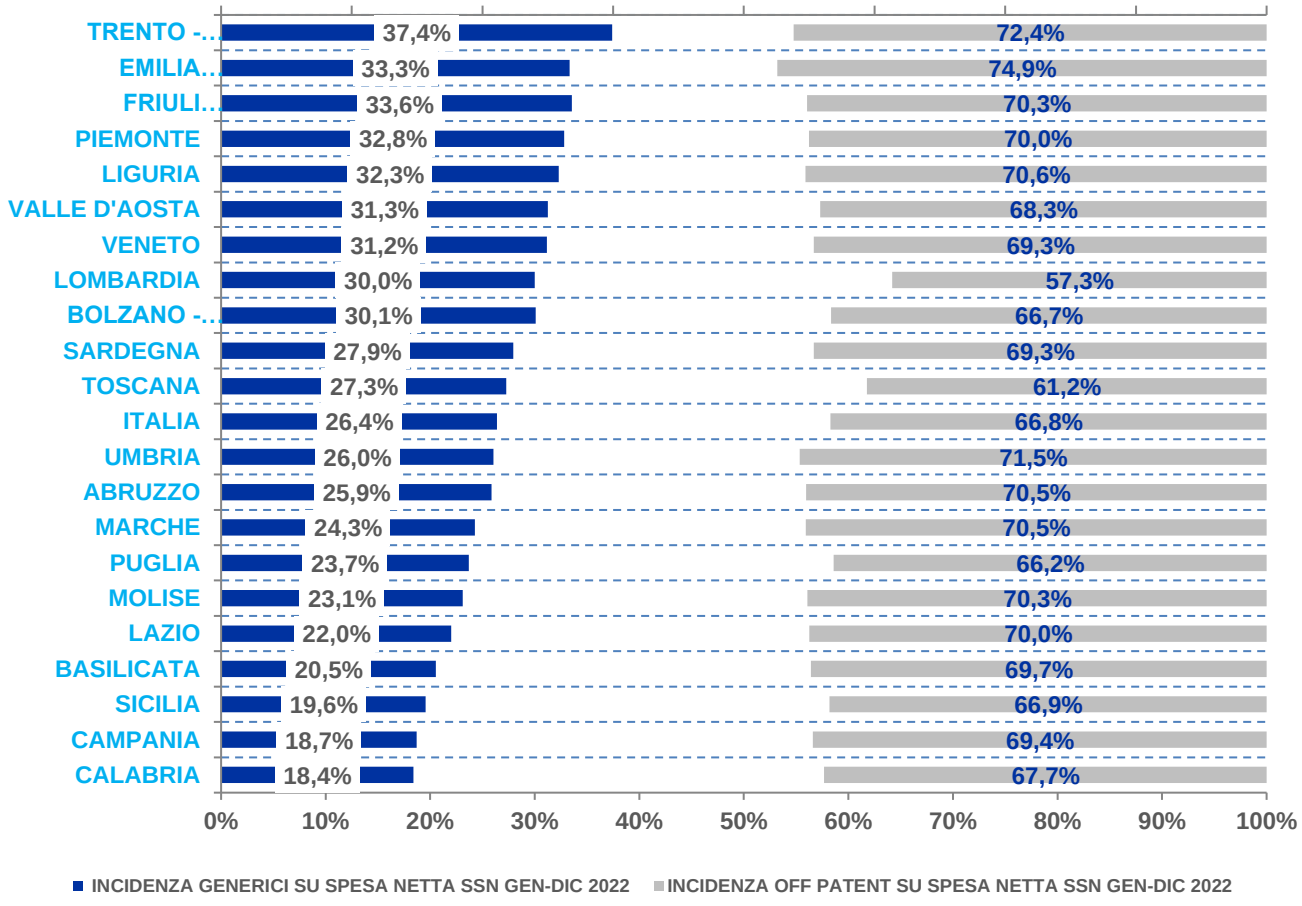
© 2023 Egualia

Il peso a valori di generici e off patent rimborsati dal SSN nei mercati regionali

Dati regionali abbastanza omogenei anche nell'analisi a valori: oltre il 60% della spesa farmaceutica in fascia A del SSN - con punte del 72,4% a Trento e del 74,9% in Emilia Romagna - afferisce all'area dei farmaci off patent.

Profondamente diversificata, invece - coerentemente con i consumi - l'incidenza dei generici-equivalenti.

Incidenza percentuale di generici e off patent* sul totale della spesa rimborsata SSN
Dati a valori - gennaio-dicembre 2022



*off patent = generici+brand fuori brevetto

Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

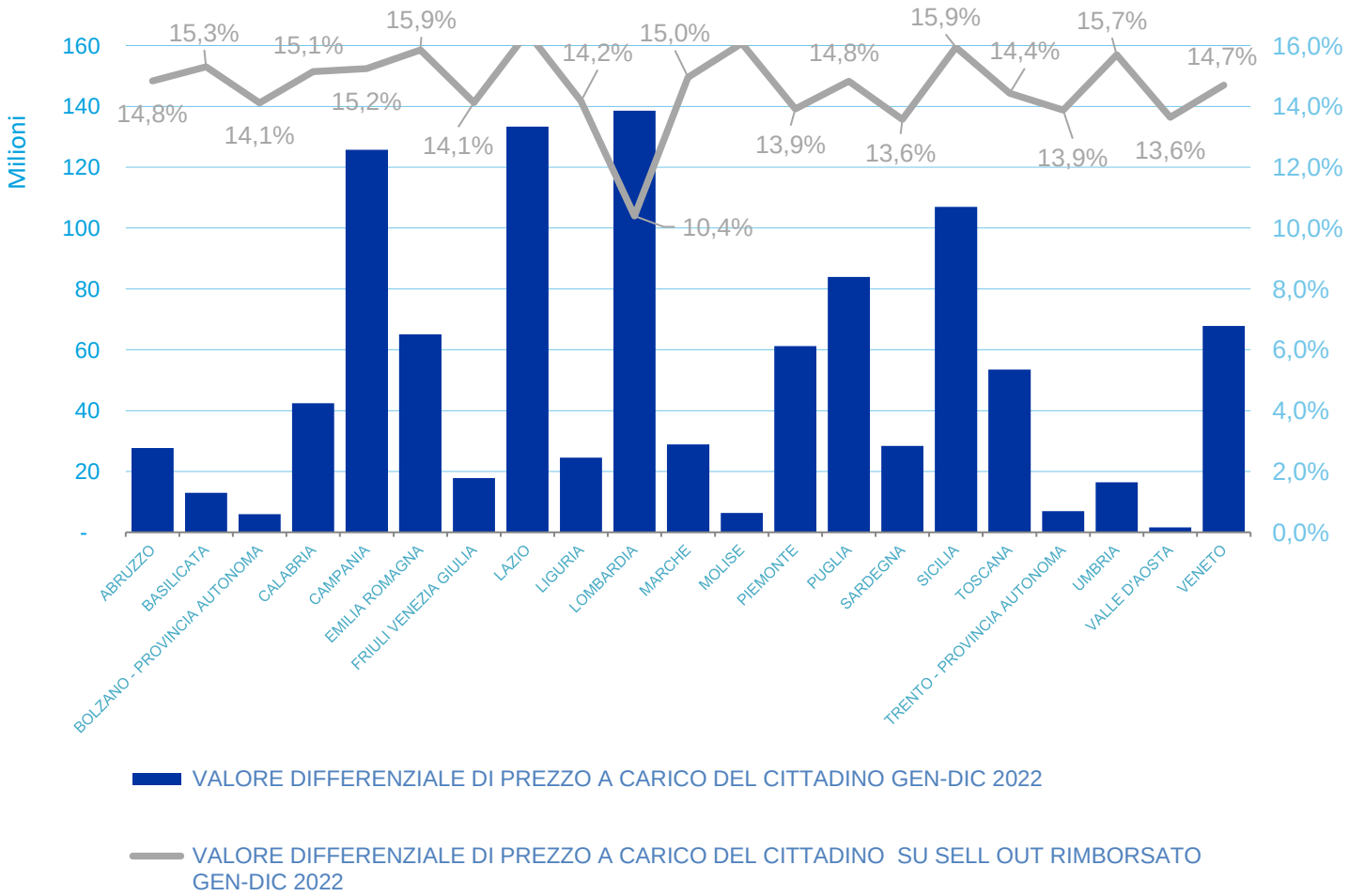
© 2023 Egualia

Il differenziale versato dai cittadini resta a oltre 1 miliardo

Nel 2022 i cittadini hanno versato di tasca propria **1.056 milioni di euro** di **differenziale di prezzo** per ritirare il brand off patent - più costoso - invece che il generico-equivalente - a minor costo - interamente rimborsato dal SSN.

L'**incidenza maggiore** a livello regionale si registra in **Molise** (16,0% della spesa regionale SSN nel canale retail) e nel **Lazio** (16,1%). Quella più bassa si registra invece ancora una volta in Lombardia, dove il differenziale versato di tasca propria dai cittadini quota il 10,8% della spesa regionale SSN in farmacia.

Quota e incidenza regionale del differenziale di prezzo versato dal cittadino per ritirare il brand off patent invece del generico-equivalente
Dati gennaio-dicembre 2022 in milioni di euro



*Totale del differenziale di prezzo versato a livello nazionale dai cittadini nel 2022 = 1.056 milioni di euro

Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

Egualia

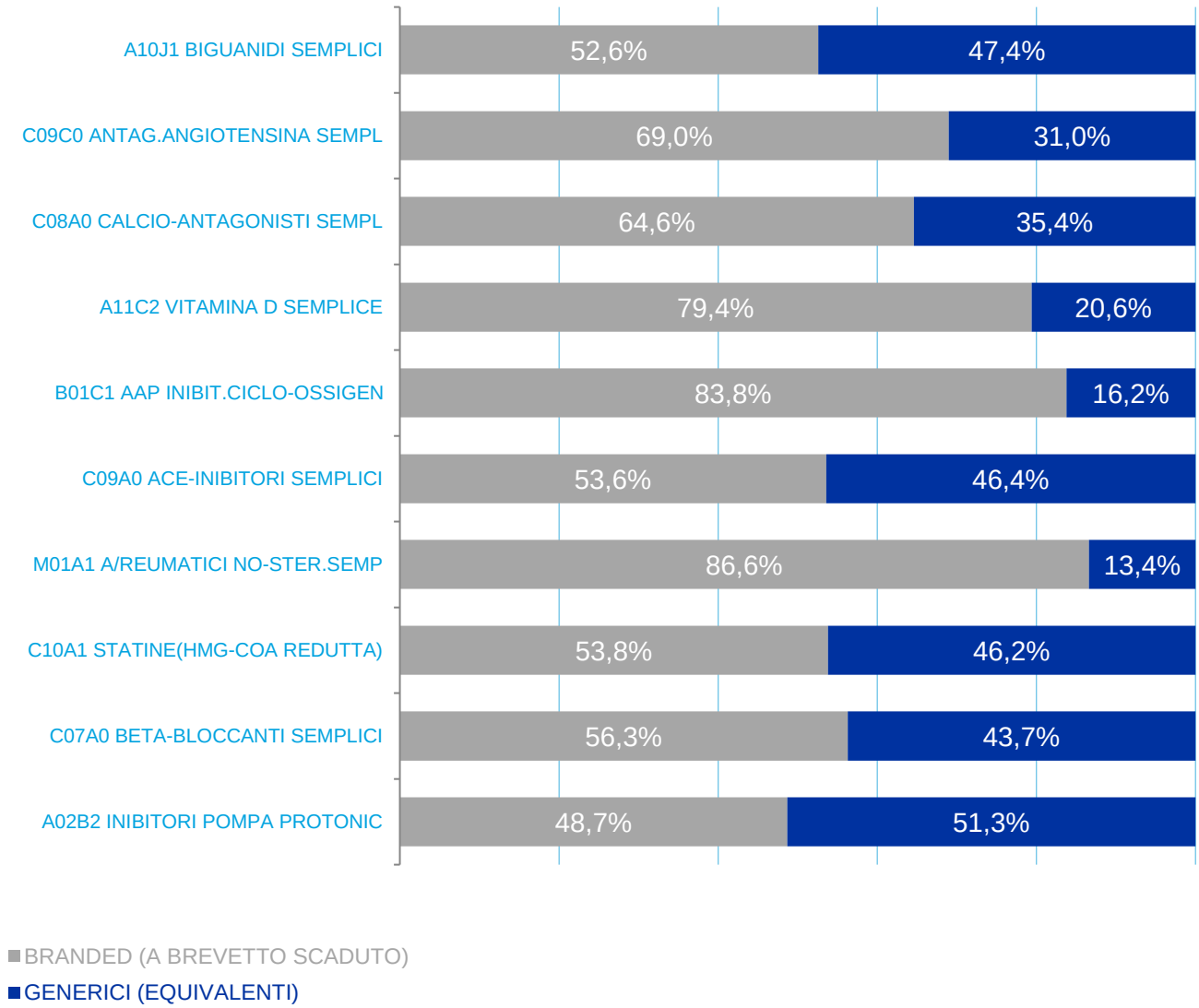
La top 10 delle categorie a maggior consumo e spesa nel canale farmacia, classe per classe

Inibitori di pompa protonica categoria regina in classe A con oltre il 50% dei consumi.
All'inseguimento ipoglicemizzanti, beta-bloccanti, ACE inibitori e statine.
In C agli equivalenti per la disfunzione erettile il 75% del mercato.

Le prime 10 categorie terapeutiche a maggior consumo, a volumi, in classe A (a totale carico del SSN)

La categoria terapeutica degli **inibitori di pompa protonica** è regina in classe A ed è anche l'unica in cui i generici-equivalenti concentrano oltre il **cinquanta per cento dei consumi** (51,30%). Gli equivalenti superano l'incidenza percentuale del 40% anche nella categoria dei biguanidi semplici (ipoglicemizzanti orali, 47,40%), degli ACE inibitori (46,40%), delle statine (46,20%) e dei beta-bloccanti (43,70%).

Percentuale a volumi di generici-equivalenti e di brand a brevetto scaduto nelle prime 10 ATC di classe A
Sell-out UN MAT 12/2022



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

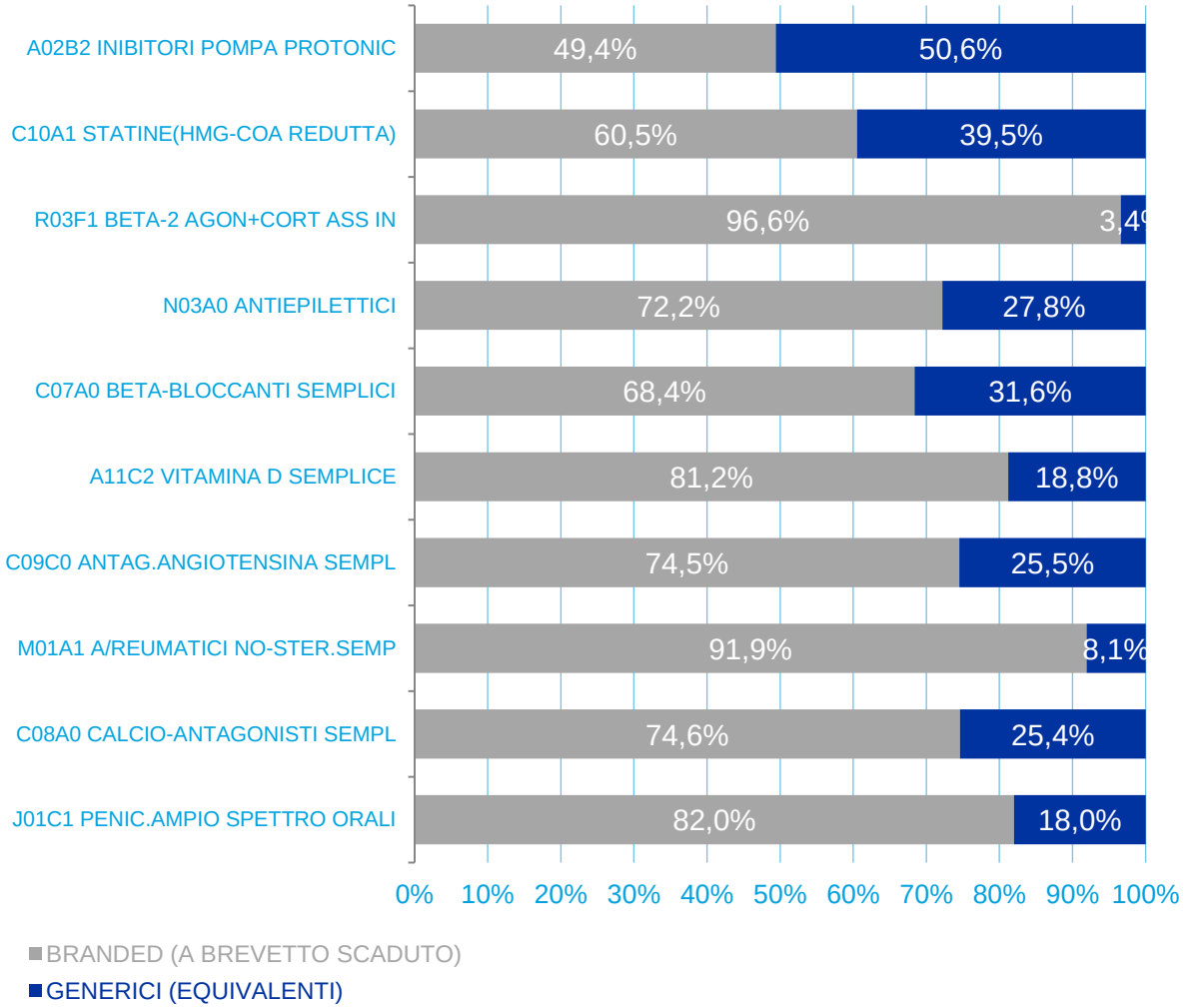
© 2023 Egualia

Le prime 10 categorie terapeutiche a maggior consumo, a valori, in classe A (a totale carico del SSN)

La categoria terapeutica degli **inibitori di pompa protonica** è regina in **classe A** anche dal punto di vista della **spesa**: qui i generici-equivalenti pesano appena oltre il cinquanta per cento (50,60%). Nella classifica a valori dell'incidenza dei generici-equivalenti sul monte spesa seguono le statine (dove i generici-equivalenti quotano il 39,50% della spesa) e i beta-bloccanti (31,6%).

Percentuale a valori di generici-equivalenti e di brand a brevetto scaduto nelle prime 10 ATC di classe A

Sell-out Eur/Pub MAT 12/2022



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

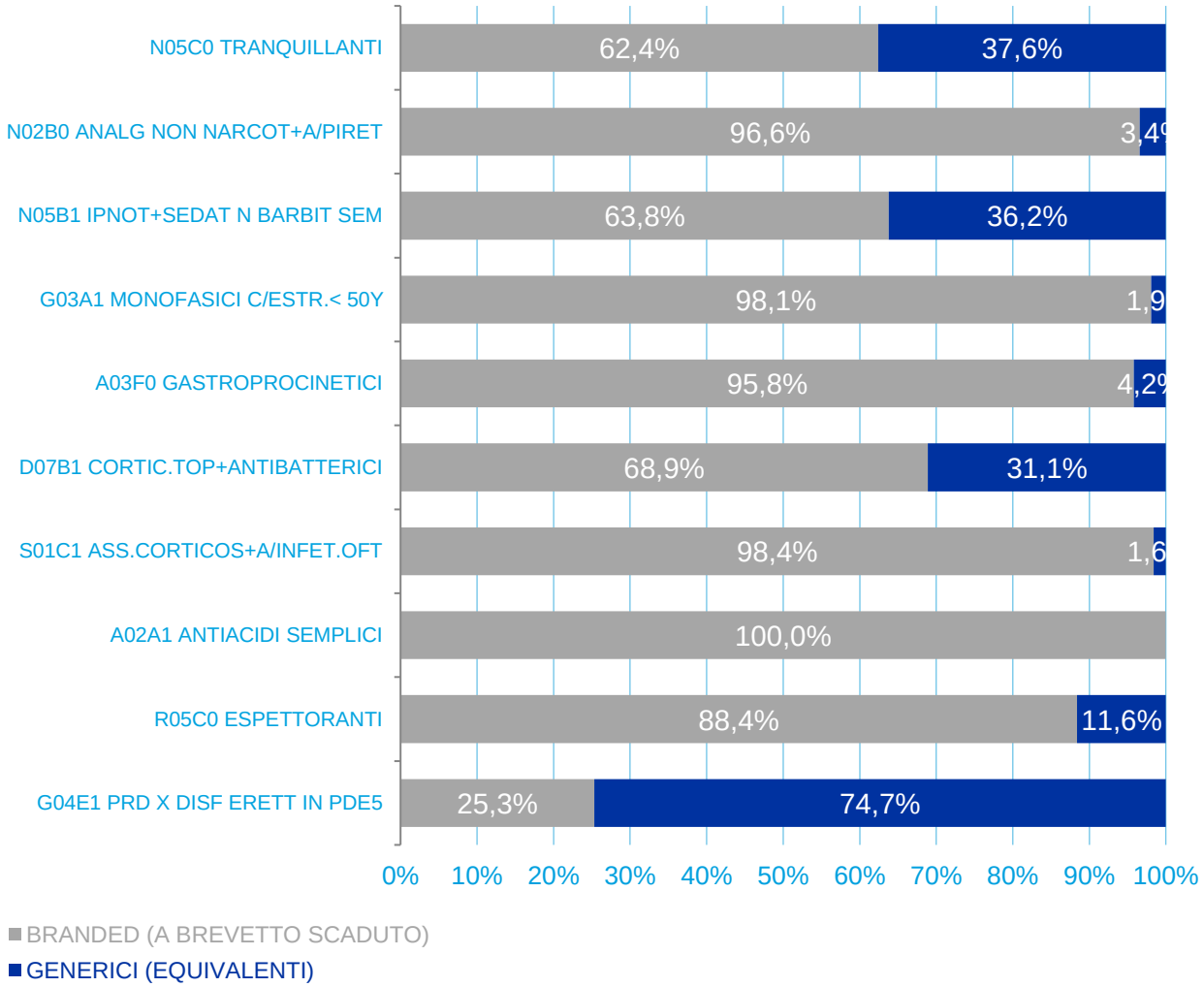
© 2023 Egualia

Percentuale a volumi di generici-equivalenti e di brand a brevetto scaduto nelle prime 10 ATC di classe C (a carico del cittadino)

Categoria terapeutica regina in **classe C** quella dei **tranquillanti**, dove i generici-equivalenti assorbono il **37,60% del mercato**.

La categoria che vede primeggiare in modo assoluto i **generici-equivalenti** è però quella dei prodotti per la **disfunzione erettile,** dove quotano il **74,70% del mercato**.

Percentuale a consumi di generici-equivalenti e di brand a brevetto scaduto nelle prime 10 ATC di classe C
Sell-out UN MAT 12/2022



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

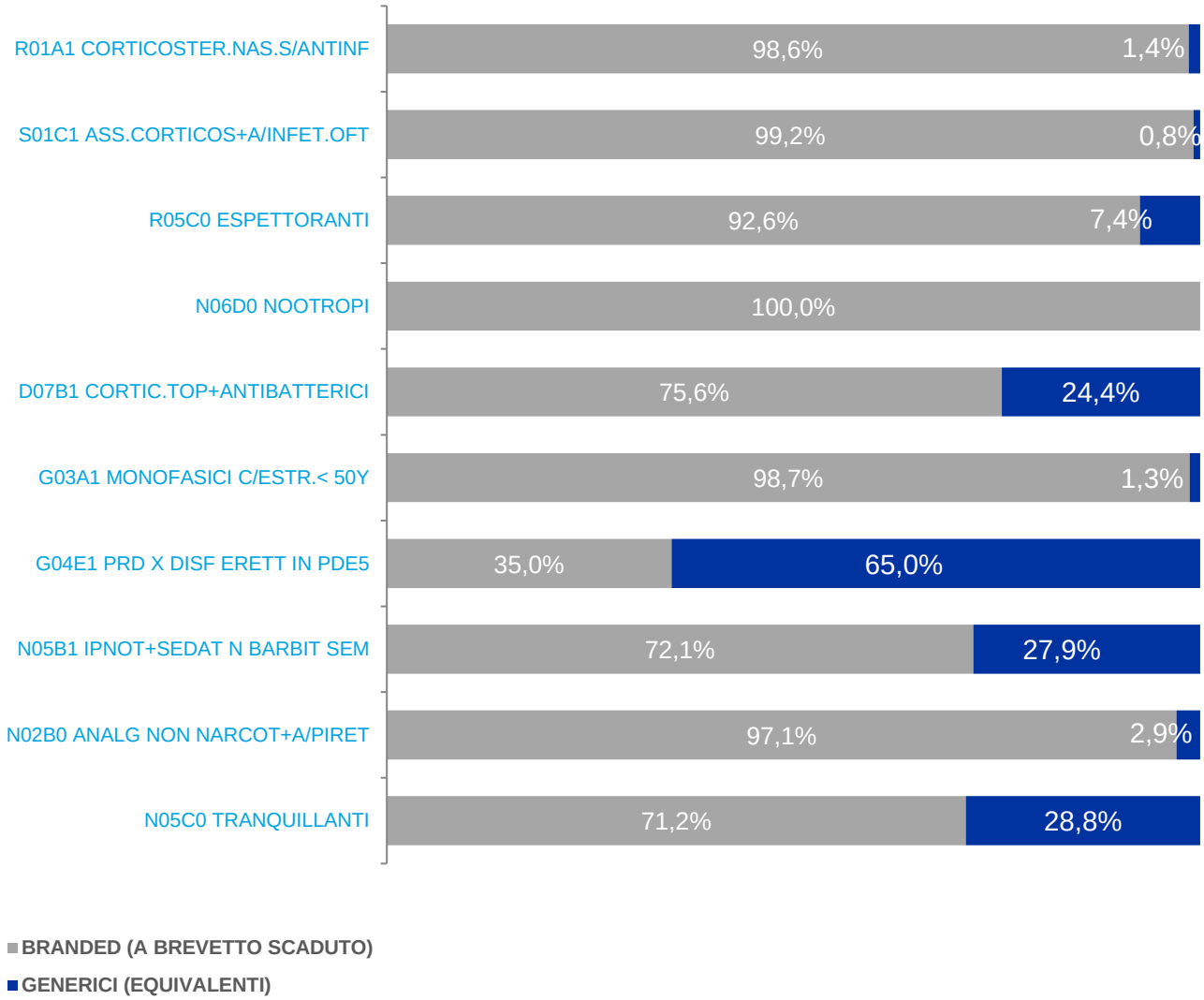
© 2023 Egualia

Percentuale a valori di generici-equivalenti e di brand a brevetto scaduto nelle prime 10 ATC di classe C (a carico del cittadino)

Speculare alla distribuzione a volumi l'analisi a valori: nella categoria dei prodotti contro la **disfunzione erettile** i generici-equivalenti primeggiano rispetto ai brand off patent assorbendo il **65%** della relativa **spesa**.

Seguono le categorie dei tranquillanti (28,80%), ipnotici e sedativi (27,90%) e corticosteroidi con antibatterici (24,40%).

Percentuale a valori di generici-equivalenti e di brand a brevetto scaduto nelle prime 10 ATC di classe C
Sell-out EUR/PUB MAT 12/2022



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

Egualia

La top 10 delle molecole generiche a maggior consumo e spesa nel canale farmacia, classe per classe

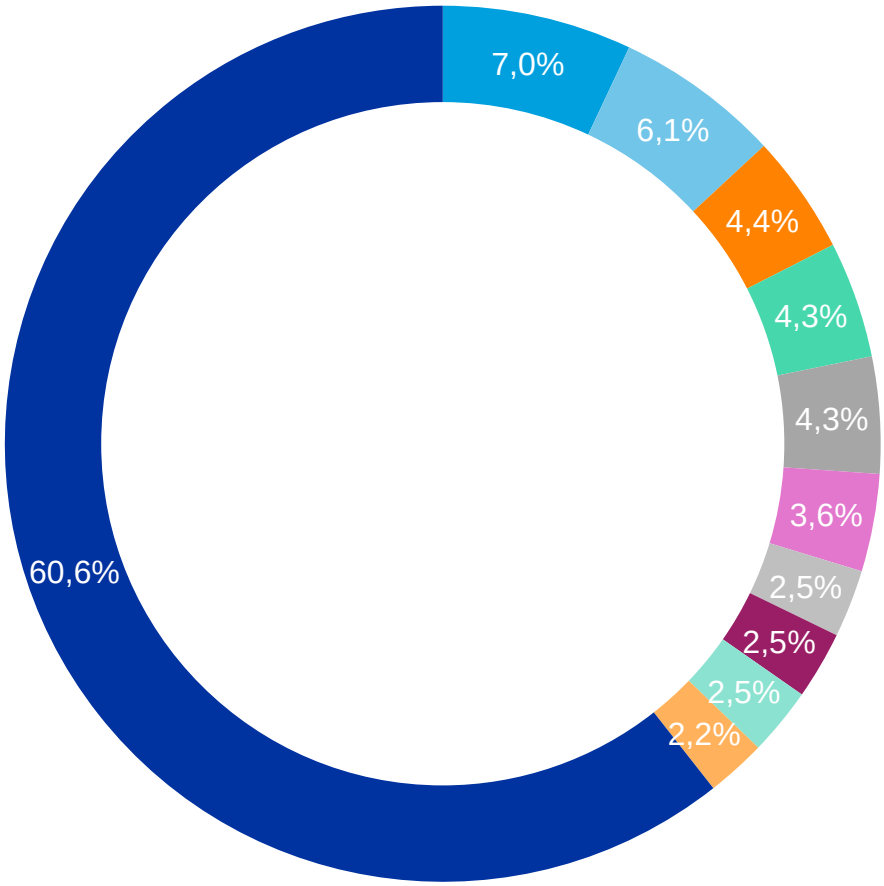
Anti-ulcera, antiipertensivi, antidiabetici i più gettonati in classe A.

Pantoprazolo star dei consumi generici-equivalenti in classe A

Anti-ulcera, antiipertensivi, antidiabetici. Sono le grandi patologie croniche - le più diffuse nella popolazione - a stilare la classifica delle **molecole generiche più gettonate in classe A**.

In particolare, primo in classifica il pantoprazolo, che assorbe il 7% a volumi sui consumi in classe A.
Seguono due molecole di uso consolidato per il trattamento delle patologie cardiovascolari - il beta bloccante bisoprololo (6%) e l'ACE inibitore ramipril (4,4%) - e la metformina, storico farmaco di prima linea per il diabete di Tipo 2 (4,3%).

Le prime 10 molecole generiche a maggior consumo in classe A
Sell-out UN MAT 12/2022



- PANTOPRAZOLO
- BISOPROLOLO
- RAMIPRIL
- METFORMINA CLORIDRATO
- ATORVASTATINA
- LANSOPRAZOLO
- AMPLODIPINA
- OMEPRAZOLO
- SIMVASTATINA
- COLECALCIFEROLO
- ALTRI

Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

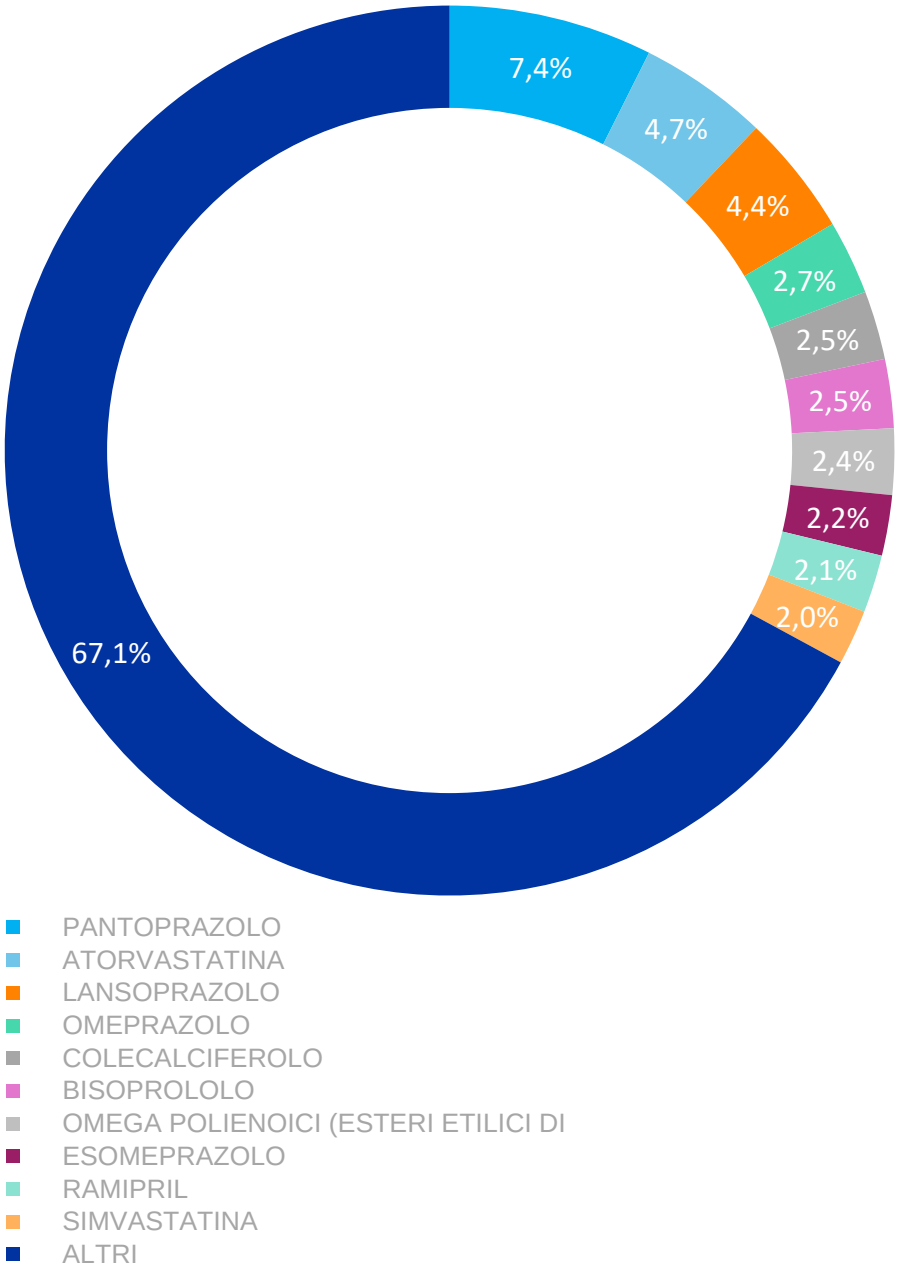
© 2023 Egualia

Due antiacido al top delle vendite

Pantoprazolo e **atorvastatina** guidano la **classifica a valore** delle prime 10 molecole generiche in classe A, concentrando rispettivamente l'7,4% e il 4,7% della spesa.

Un altro 4,4% è assorbito dal lansoprazolo, seguita da altri due anti-ulcera di fama consolidata - omeprazolo e colecalciferolo - entrambi quasi al 3%.

Le prime 10 molecole generiche a maggiore spesa in classe A
Sell-out EUR/PUB MAT 12/2022



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

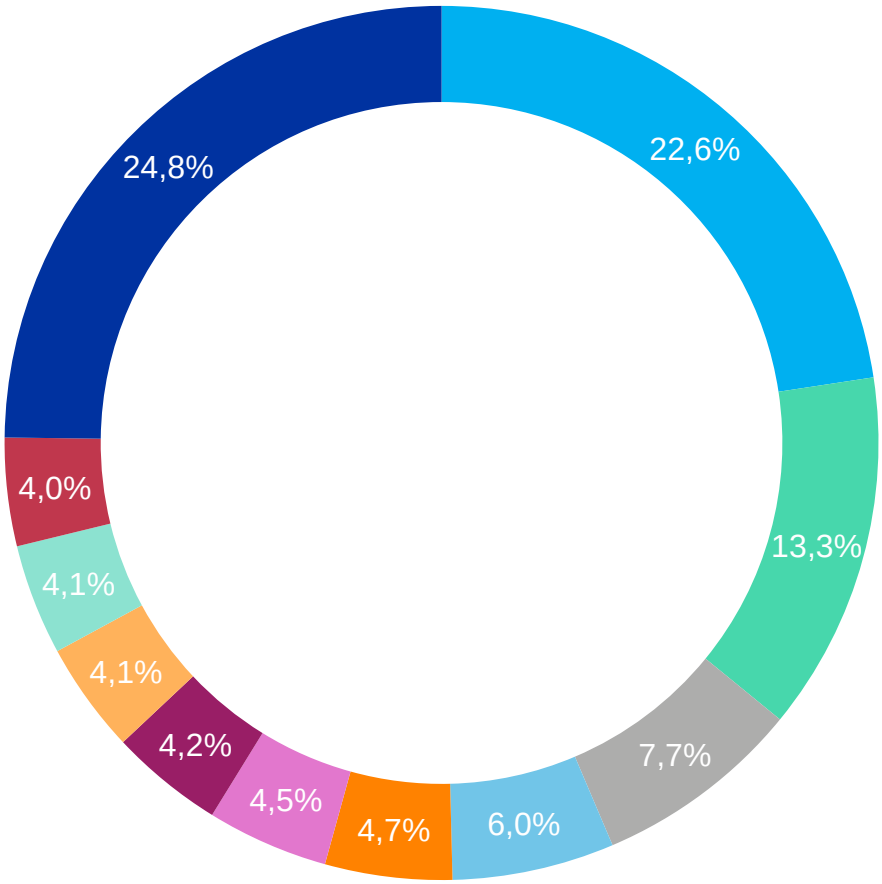
© 2023 Egualia

I tranquillanti primeggiano tra i farmaci pagati dal cittadino

In **classe C** sono i **tranquillanti** a guidare la classifica delle 10 molecole generiche a maggior consumo: al primo posto **lorazepam** (23%), seguito da alprazolam (13,3%) e lormetazepam (8%).

Quota il 5% il paracetamolo, seguito da molecole di rilievo come bromazepan, sildenafil, tadalafil e aciclovir, che quotano il 4% ciascuno.

Le prime 10 molecole generiche a maggior consumo in classe C
Sell-out UN MAT 12/2022



- LORAZEPAM
- ALPRAZOLAM
- LORMETAZEPAM
- GENTAMICINA SOLFATO/BETAMETASONE VAL
- PARACETAMOLO
- TADALAFIL
- ACICLOVIR
- BROMAZEPAM
- SILDENAFIL CITRATO
- ZOLPIDEM TARTRATO
- ALTRI

Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

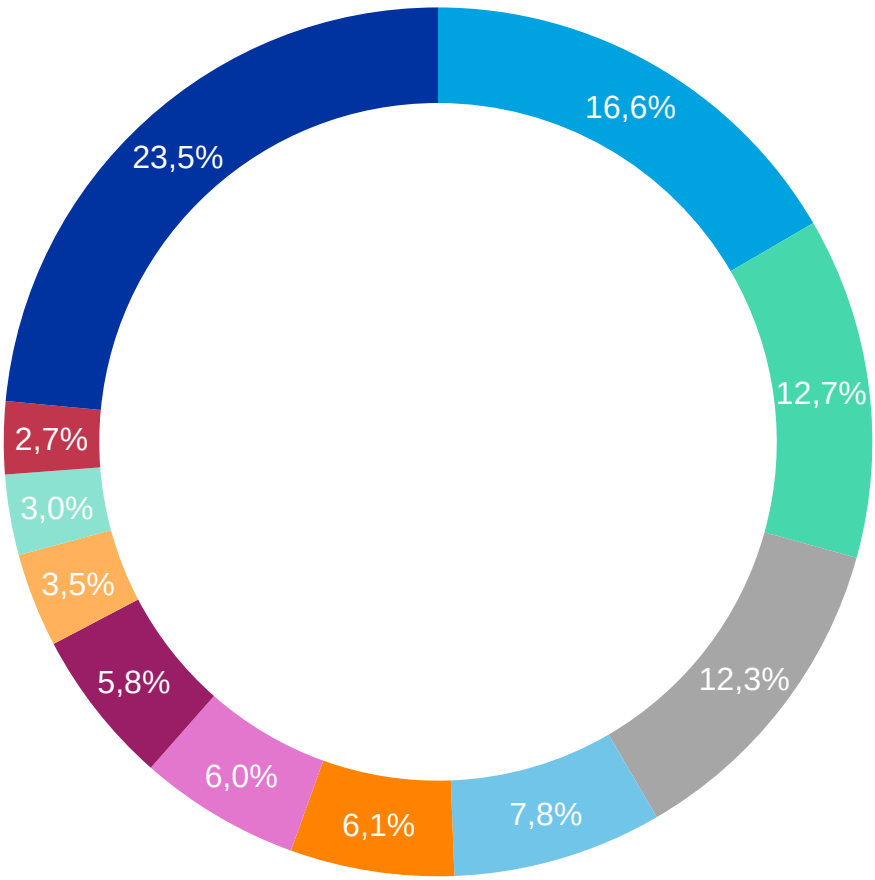
© 2023 Egualia

Anti-ulcera e disfunzione erettile fanno cassa in C

Collocati rispettivamente al settimo e al nono posto della classifica per consumi tra le prime 10 molecole generiche in classe C le molecole contro la disfunzione erettile guadagnano posizioni nell'analisi per quote di spesa.

In prima posizione resta il **tadalafil al 17%** seguito da sildenafil citrato e da lorazepam, entrambi al 12-13%.

Le prime 10 molecole generiche a maggiore spesa in classe C
Sell-out EUR/PUB - MAT 12/2022



- TADALAFIL
- SILDENAFIL CITRATO
- LORAZEPAM
- ALPRAZOLAM
- GENTAMICINA SOLFATO/BETAMETASONE VAL
- LORMETAZEPAM
- ZOLPIDEM TARTRATO
- ACICLOVIR
- GENTAMICINA SOLFATO
- PARACETAMOLO
- ALTRI

Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

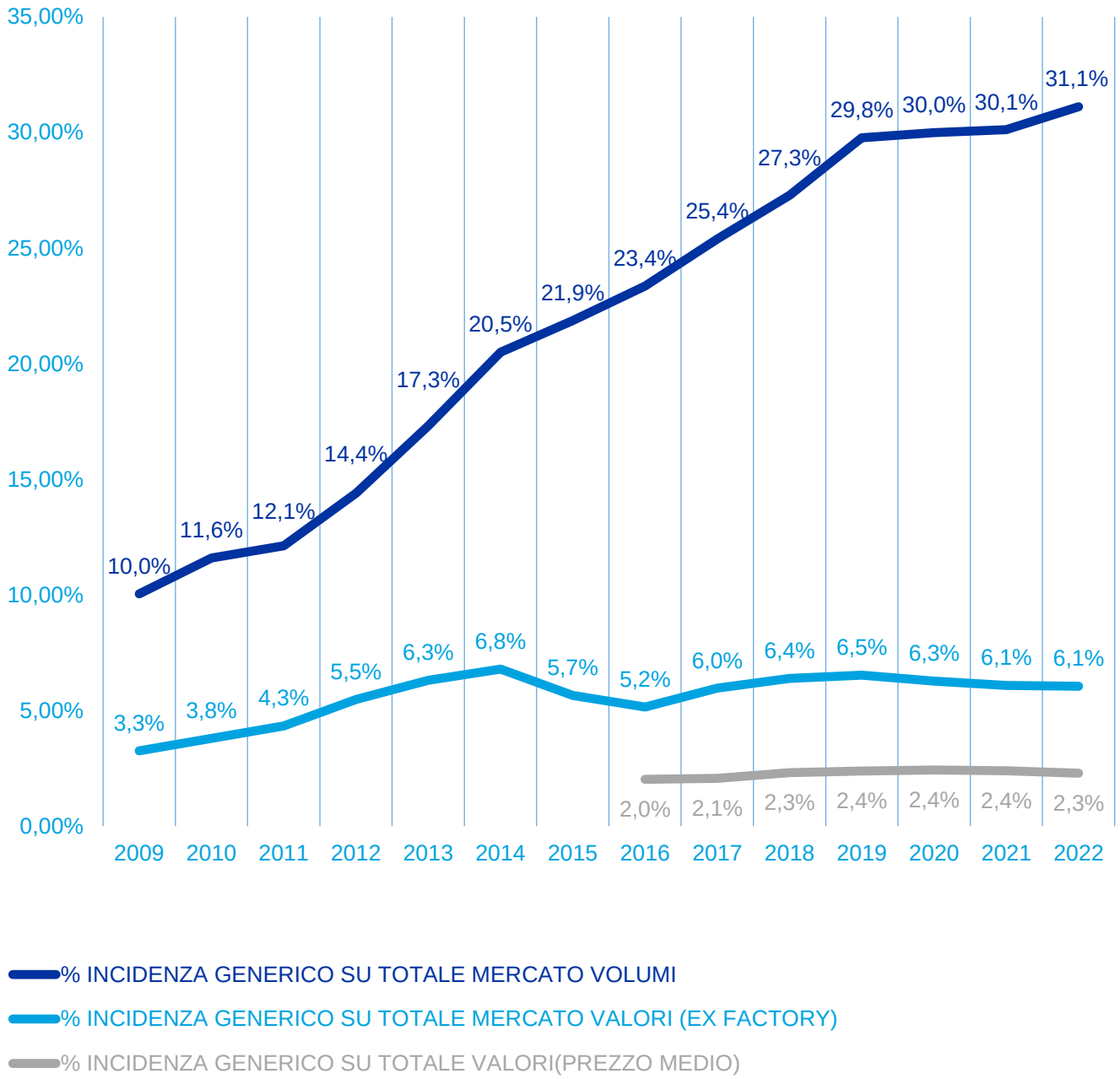
© 2023 Egualia

Egualia

Il consumo di generici-equivalenti nel canale ospedaliero

Tra stagnazione e depressione:
nel 2022, in corsia, gli
equivalenti assorbono il 31,1%
dei mercato a volumi
e appena il 6,1%
del mercato a valori.

Trend dei consumi di farmaci generici-equivalenti nel canale ospedaliero
Classi A - H Sell-in UMF-EUR MNF - Anni 2009-2022



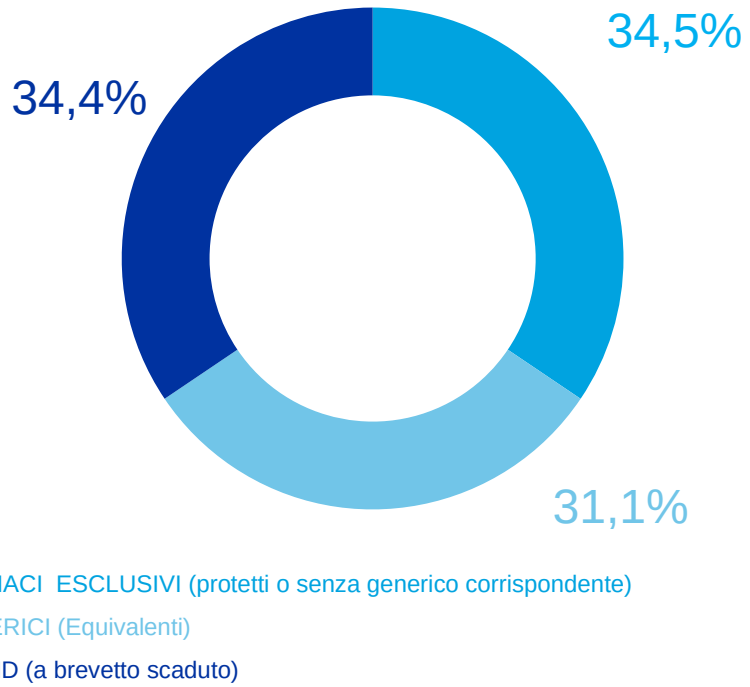
Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

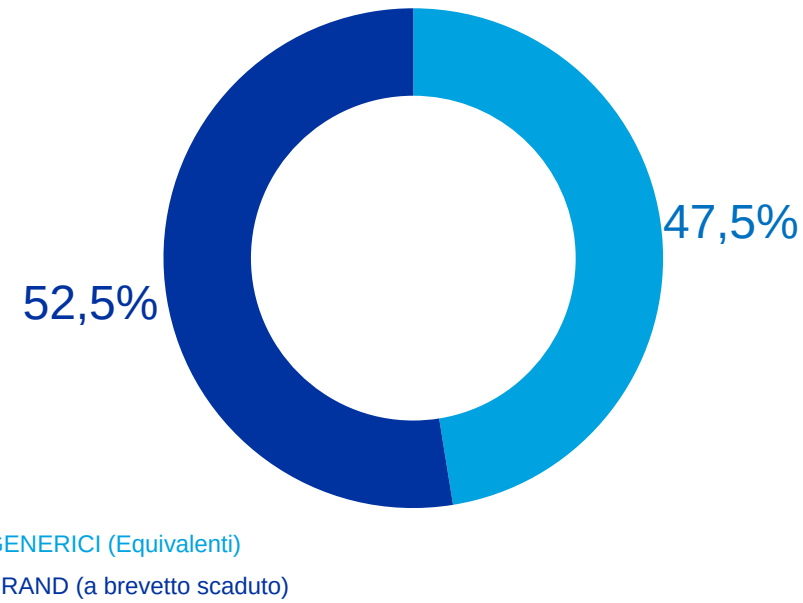
Le quote di mercato a volumi nel canale ospedaliero

Nel 2022, nel **canale ospedaliero**, i generici-equivalenti hanno assorbito il **31,1% del mercato a volumi** (contro il 30,1% del 2021, +1%). I farmaci esclusivi - sotto brevetto o privi di generico corrispondente - hanno assorbito invece il 34,5% del mercato in corsia. La quota più rilevante del mercato del canale è rimasta nelle mani dei brand a brevetto scaduto che hanno concentrato il 34,4% dei consumi in corsia. Nel dettaglio, i consumi a brevetto scaduto nel mercato ospedaliero afferiscono per il 47,5% ai generici-equivalenti e per il 52,5% ai brand a brevetto scaduto.

Mercato ospedaliero: quote farmaci esclusivi, generici-equivalenti e brand a brevetto scaduto (volumi)
YTD 12/2022 (Sell-in UMF)



Mercato ospedaliero a brevetto scaduto: quote generici-equivalenti e brand off patent (volumi)
YTD 12/2022 (Sell-in UMF)



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

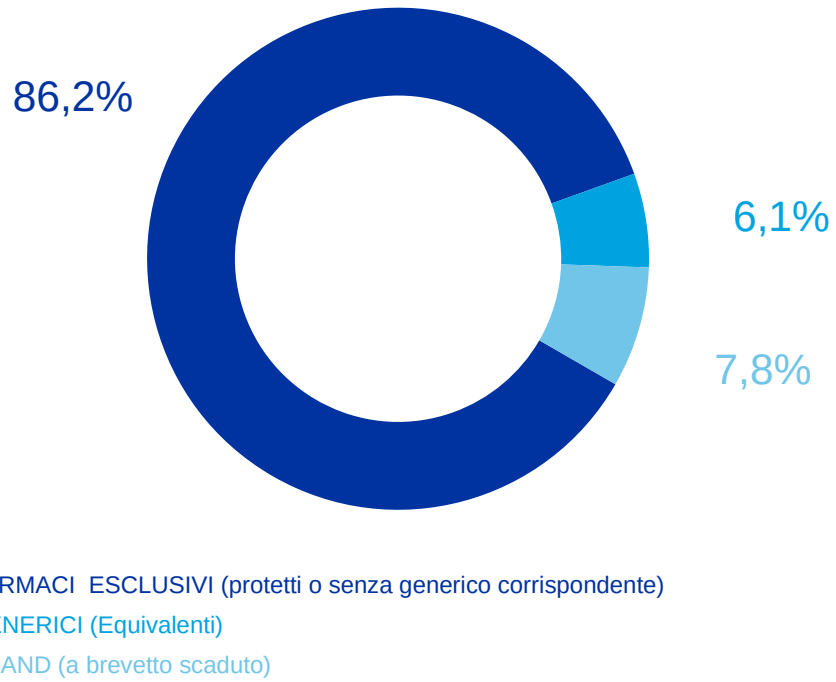
© 2023 Egualia

Le quote di mercato a valori nel canale ospedaliero

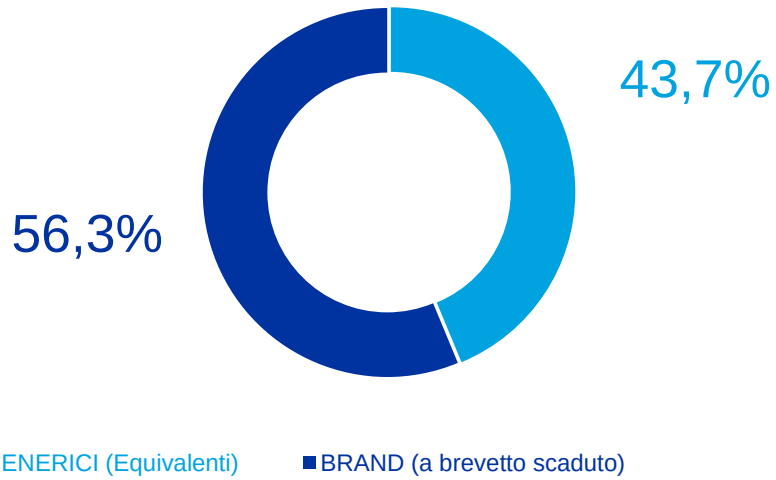
L'analisi del mercato **a valori** continua a registrare la predominanza assoluta dei prodotti in esclusiva, che totalizzano il 86,2% del giro d'affari farmaceutico nel canale ospedaliero, contro il 7,8% dei brand a brevetto scaduto e il **6,1%** dei **generici-equivalenti**.

Nel dettaglio, il mercato ospedaliero a brevetto scaduto a valori è assorbito per il 56,3% dai brand a brevetto scaduto e per il 43,7% dai generici-equivalenti.

Mercato ospedaliero: quote farmaci esclusivi, generici-equivalenti e brand a brevetto scaduto (valori)
YTD 12/2022 (Sell-in EUR/prezzo medio)



Mercato ospedaliero a brevetto scaduto: quote generici-equivalenti e brand off patent (valori)
YTD 12/2022 (Sell-in EUR/prezzo medio)



Elaborazione Centro Studi Egualia su dati IQVIA

© 2023 Egualia

Nota per la divulgazione dei dati

- I dati presenti in questo documento sono frutto di un'elaborazione del Centro Studi Egualia, su dati di proprietà di IQVIA.
- IQVIA fornisce ai Clienti dati e servizi nell'ambito delle ricerche di mercato nel settore farmaceutico e della salute. La proprietà del dato acquisito e fornito in questo documento rimane quindi di IQVIA.
- È fatto obbligo a chiunque divulghi i contenuti di questo documento, di citare la seguente fonte: **Elaborazione del Centro Studi Egualia, su dati IQVIA**.
- Qualsiasi utilizzo al di fuori della mera divulgazione del presente documento deve essere necessariamente autorizzato nei modi e nei termini previsti da Egualia, su consenso scritto di IQVIA.

© 2023 Egualia

Legenda dati IQVIA

MEASURE

- SELL-IN : Confezioni entrate in farmacia attraverso vendita diretta (le farmacie comprano direttamente dall'azienda farmaceutica) e indiretta (le farmacie acquistano dai grossisti, che a loro volta, comprano dalle aziende).
- SELL-OUT: Vendite delle farmacie ai pazienti e rappresentano difatti ciò che esce dalla farmacia.
- UMF: Unità Minime Frazionabili (Es: Singola compressa-singola fiala-singolo flacone)
- UN: Unità (Es: Numero di confezioni)
- CU: Counting Unit = è una misura ottenuta moltiplicando il numero delle confezioni (unità) per il peso delle stesse confezioni, sia questo espresso in ml, mg etc.
- EUR MNF: Valore del mercato a prezzi Ex factory
- EUR-PREZZO MEDIO: Valore del mercato rilevato dalla media dei prezzi di acquisto delle struttre sanitarie pubbliche
- EUR PUB: Valore del mercato a prezzi al Pubblico
- %PPG: Previous Period Growth: Crescita % rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente
- % V: percentuale di incidenza su totale

PERIOD TIME

- MAT: Moving annual total: Anno Mobile calcolato sui 12 mesi precedenti
- YTD: Misura calcolata a partire dall'inizio dell'anno in corso e continuando fino al periodo attuale
- CalYr: Misura calcolata sull'ultimo anno completo
- Month: Misura calcolata sul singolo mese
- Qtr: Quarterly Period

© 2023 Egualia

Egualia

INDUSTRIE FARMACI ACCESSIBILI

Passeggiata di Ripetta 22, 00186 Roma
T +39 59605324 F +39 065431323

info@egualia.it
egualia.it